

— это часть корпоративной культуры, их принято выполнять и они обеспечивают решение трех задач:

- воспроизводство технологии;
- фильтрацию типовых ошибок на любой функции;
- создание корпоративной культуры.

Корпоративная культура все еще слишком зыбкий термин для описания всего, что лежит под рациональной, измеряемой поверхностью организации. Однако большинство теоретиков соглашаются с тем или иным вариантом базового определения: корпоративная культура — это воплощение отношения работника компании к ключевым ценностям, убеждениям и традициям в характерных моделях.

Итак, корпоративная культура формируется в тесном взаимодействии с бизнесом и в процессе решения управленческих проблем, направленных на достижение целей бизнеса. Следовательно, успех фирмы может зависеть от силы корпоративной культуры.

Библиографический список

1. Алешина И.В. Паблик рилейшинз для менеджеров. М.: Знание, 2007. 218 с.
2. Векслер А. Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие / под ред. проф. П.Э. Шлендера. М.: Академия, 2008. 178 с.

Фадеева У. Ю.

*Уральский федеральный университет, Екатеринбург
u.fadeeva86@mail.ru*

Использование архетипов в графическом дизайне (на примере орнамента)

The article is concerned with analyzing of the ornament using the archetypes for expression of the spiritual and cultural values. The possibility of the appliance of the ornament in the graphic design to create the product is substantiating.

Особая актуальность темы архетипов в современном ди-

зайне обусловлена тенденцией к созданию поверхностных форм, в минимальной степени передающих визуальную и смысловую информацию. Среда обитания современного человека переполнена графическими продуктами, выражающими только онтологический (бытийный) смысл — то есть воздействующими на психосоматическом уровне [1]. Большинство графических продуктов не передает аксиологический или духовно-ценностный посыл [1]. Как же это сделать? На сегодняшний день не существует литературы, которая могла бы помочь графическим дизайнерам целенаправленно рассказать и помочь применить знаковость визуальной формы в создании более глубокого по смыслу и культурной ценности продукта. Тема духовности и культурных ценностей остается неизменно актуальной.

В этой статье рассматривается гипотеза создания продукта графического дизайна с опорой на архетипы коллективно-бессознательного. Это может произойти посредством анализа орнамента как культурного феномена, использующего архетипы для выражения духовных ценностей.

Основу гипотезы составила аналитическая теория личности К. Г. Юнга, в которой он рассматривает архетип как один из элементов психики человека и раскрывает важность архетипов как мощных психологических образов, определяющих способы освоения мира и создания новых форм.

Книга Ю. Я. Герчука «Что такое орнамент?» — практически единственный труд, в котором орнамент рассматривается с точки зрения его «устройства», эстетического смысла и влияния на человеческую духовность и мировоззрение. В работе Т. Ю. Быстровой «Вещь. Форма. Стил» осуществлена попытка исследования продуктов дизайна с точки зрения особенностей значения основных архетипических форм.

Архетип (от греч. «начало», «образ») — в позднеантичной философии прообраз, идея. Архетип — это универсальная мыслительная форма, основанная на подсознательном восприятии мира человеком и выраженная в качестве неких структур, имеющих значительную эмоциональную составляющую. Это мощный психологический образ, существующий на интуитивном уровне человеческого осознания [цит. по 2].

Архетипы способствуют освоению и выражению определенных чувств и мыслей в отношении объекта. Такое выражение зачастую встречается в культуре в виде символов. При этом, как заметил К. Г. Юнг, ранняя символика различных культур обнаруживает немалое сходство. Основным средством визуализации архетипов в культуре является орнамент.

Орнамент в большинстве случаев имеет геометрическую упорядоченность, сами мотивы - правильную геометрическую форму, их расположение закономерно и ритмично. Это качество привлекает интерес многих ученых и исследователей. По словам известного математика Г. Вейля: «Искусство орнамента содержит в неявном виде наиболее древнюю часть известной нам высшей математики». Однако основной особенностью орнамента является передача информации посредством своей архетипичной структуры.

Орнамент — код архетипов, который как элемент искусства выражает определенное настроение, смысл. Восприятие орнамента задает набор ощущений, передающих человеку информацию на интуитивном, подсознательном уровне, а значит, орнамент является средством передачи значимой информации, своеобразным побудителем духовного развития человека.

В процессе созерцания орнамента, сохранившего свою символичность и знаковую, человек, пусть даже не знающий его значений, может ощущать в себе некий процесс, выражающийся в осознании глубины, устойчивого спокойствия, вечности. Возникает понимание исторической глубины, течения жизни, ощущение связи с предками, духовности.

Сознание человека практически не участвует в восприятии орнамента. Этот процесс происходит без визуальных помех, т.к. все расположение узора подчинено определенному смыслу, нет лишних элементов, все формы просты и самодостаточны. В результате, человек не испытывает эмоциональной нагрузки, напряжения от полученной информации и попыток понять смысл. Это является благотворным для психики, гармонизирующим эффектом воздействия орнамента.

Положительным в орнаментальном узоре является и его понятность любому человеку, независимо от возраста,

религии, уровня развития. Особенно важным является то, что так же просто и понятно орнамент воспринимается и детьми, сохраняет свои особенности, воздействуя на ребенка. Это делает данную художественную практику практически уникальным.

В результате можно сделать вывод, что орнамент может использоваться как средство визуальной гармонизации пространства, побудитель духовного развития человека, способ уравнивания психики, служит средством связи с культурными ценностями. Орнамент служит инструментом раскрытия осознания человеком его связи с историей, ощущения принадлежности к жизни предков, генетического родства.

Такие механизмы воздействия орнамента могут использоваться специалистами в графическом дизайне для реализации его воспитательной, гармонизирующей функций. Учитывая это, можно выделить определенные области наиболее успешного применения орнамента. Например, в детских учреждениях, в частности, в детских домах и учреждениях подобного типа - так как для обездоленных детей тема родства наиболее важна.

Орнамент может быть различным. Существует более ранний по происхождению орнамент, имеющий четкий знаковый и символический смысл и являющийся наиболее универсальным. Именно такие орнаментальные узоры встречаются в разных культурах и имеют немалое сходство. В процессе развития человечества орнаменты разных культур стали намного более индивидуальными, что усложняет их восприятие людьми других культур. Кроме того, в последние века все больше прослеживается тенденция применения орнамента как художественного элемента, утраты в нем символической системы. Но в любом случае орнамент в полной мере сохраняет свое художественное обаяние, все так же продолжая радовать глаз и душу.

Тем не менее, тенденция неосмысленного с точки зрения символичности применения орнаментального узора в декоре, в некоторых случаях приводит к неудачным решениям и выглядит абсурдно. Это в очередной раз показывает необходимость знания культурных традиций и особенностей

знаковой системы.

Рассмотрев особенности воздействия орнамента на человека, можно в дальнейшем выработать рекомендации по применению его графическими дизайнерами для создания гармоничной и информационной среды.

Библиографический список

1. Быстрова Т. Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна». Ека-теринбург: изд-во УрГУ, 2001. URL:http://www.taby27.ru/tvorcheskie_raboty/veshh-forma-stil-vvedenie-v-filosofiyu-dizajna-byistrova.html. 15.09.2013. 30.03.2014
2. Герчук Ю. Я. Что такое орнамент? Структура и смысл орнаментального образа. М.: изд-во Галарт, 1998. — 328 с., ил.
3. Келвин С. Холл, Гарднер Л. Теории личности. п. 3. Аналитическая теория Юнга. Перевод И. Б. Гриншпун. URL:<http://psylib.ukrweb.net/books/holli01/txt03.htm>. 30.03.2014.

Чудинова Е.И.

*Пермская государственная академия искусства и культуры
chudinova.lena2011@yandex.ru*

Социально-культурная акция как средство формирования экологической культуры молодежи

This article discusses the basic concepts of «socio-cultural action», «ecological culture». The author also stresses the need for new forms of so-cial and cultural events to attract young people's attention to environmental issues. As an example, the socio-cultural action EKOFEET «Life in Motion» and its influence on the formation of ecological culture of youth.

Экологическая культура представляет собой экологические знания и умения, экологическое мышление, ценностные ориентации, экологически оправданное поведение. Экологическое мышление предполагает способность прогнозировать